

УДК 334.78 : 91

Н.В.ШУТЕНКО

Харківська національна академія міського господарства

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ НА ОСНОВІ ПРОСТОРОВОЇ АГЛОМЕРАЦІЇ ЛОКАЛЬНИХ, РЕГІОНАЛЬНИХ ТА ТРАНСКОРДОННИХ ТУРИСТСЬКИХ КЛАСТЕРІВ

Наводиться докладний і розширений опис можливого формування кластерів на території Харківського регіону, їх вплив на подальший розвиток туризму в регіоні.

Приводится подробное и расширенное описание формирования кластеров на территории Харьковского региона, их влияние на дальнейшее развитие туризма в регионе.

Below happens to detailed and extended description of the forming touristic clusters on the territory of Kharkiv region. Explored the influence of them forming on the tourism developing in the region.

Ключові слова: кластери, агломеративні кластери, транскордонні кластери, регіональні кластери, туризм, механізм формування.

Галузевий принцип управління економікою на сучасному етапі розвитку світового господарства показав свою недостатню ефективність. З 60-х років XX ст. він поступово замінюється новим, більш ефективним підходом, що передбачає розвиток економіки на територіальному рівні на основі створення галузевих кластерів, тобто кластерів за сферами економіки [8]. Як свідчить світова практика, кластерний підхід демонструє більше можливостей підвищення конкурентоспроможності регіону та держави в цілому. Такий підхід може бути здійснений в рамках спеціальних проектів шляхом створення умов для підвищення інноваційної активності господарюючих суб'єктів.

Туризм в стратегії розвитку України є одним із пріоритетних напрямків. Однак брак державних коштів і занедбаність багатьох туристських аттракторів, невизначеність щодо їх принадності, неможливість визначити власника та заохотити інвестиції не дають можливості українському туризму зайняти конкурентоспроможну позицію на світовому ринку туристських послуг. В таких умовах особливу важливість набуває стратегія, що дозволяє реалізувати саморозвиток сукупності організацій та аттракторів, які відносяться до туристської сфери, розташовані на території регіона, і забезпечити перехід до виробництва знань та конкурентоспроможних інноваційних продуктів та послуг. Цій меті відповідає методологія формування кластерів, які за своєю суттю є сітовими галузевими та міжгалузевими структурами. Кластери дозволяють перетнути структурні обмеження та диспропорції в розвитку регіонів.

Питаннями кластерних утворень займалися такі видатні вчені, як М.Портер [7], який власно і ввів це поняття в теорію управління та регіоналістику, А.Чандлер [9], який виділив наслідки об'єднання підприємств у кластери. Багато вітчизняних вчених займалися безпосередньо питаннями формування туристських кластерів: А.Ю.Александрова [1], О.М.Тищенко та Н.Б.Петрова [4, 8] систематизували питання формування туристських кластерів і дослідили власне поняття туристського кластеру, І.М.Писаревський [5] узагальнив питання досвіду туристських кластерів на території розвинених країн. Питаннями просторової організації кластерів присвячено також праці О.М.Кальченко [3], К.А.Пойтченко [6] і В.В.Горлачука [2].

З усіх можливих класифікацій кластерів до туристської галузі найбільш підходить трирівневий розподіл, який дозволяє виділити на території потенційного розвитку туризму три утворення: локальний, регіональний і транскордонний туристські кластери (рис.1).

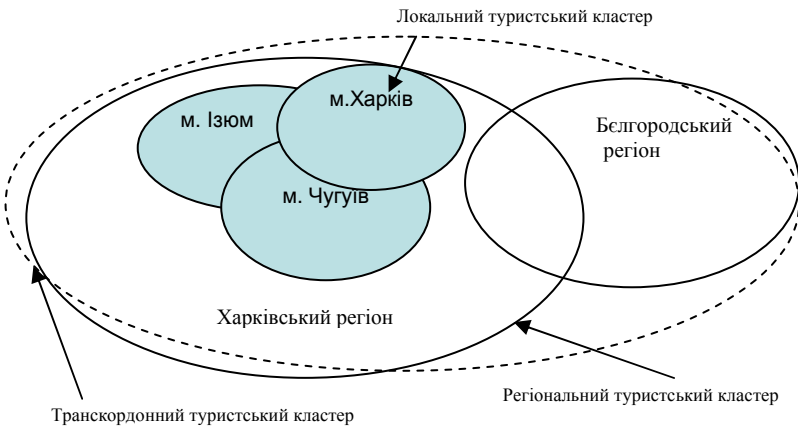


Рис.1 – Формування просторової агломерації локальних, регіональних і транскордонних туристських кластерів

При цьому до кластерів доцільно віднести синтетичне об'єднання туристських аттракторів, підприємств і засобів розміщення з інноваційним сектором економіки, низкою споріднених сфер та регулюючими органами з метою досягнення синергетичного ефекту розвитку туристської сфери шляхом популяризації туристської діяльності та підвищення надання туристських послуг з подальшою інтеграцією на економічну і соціальну сфери [8].

Туристський кластер, на відміну від інших форм кластерних утворень не є природним утворенням, його правильніше називати син-

тетичним утворенням [8], оскільки всі сфери діяльності, залучені до формування туристського кластеру, приєднуються шляхом регламентованих відносин (укладанням договорів, підписанням правових та нормативних актів тощо).

Схема формування туристського кластеру є досить складною і охоплює не лише туристські підприємства, а й цілий ряд підприємств, організацій, територій і об'єктів, що належать до споріднених галузей.

Пропонована нами структура матричної моделі створення кластеру показана на рис.2.

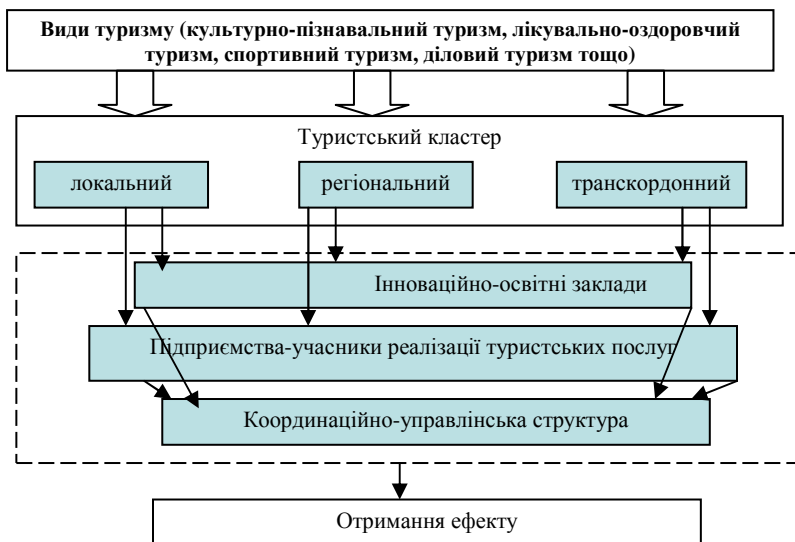


Рис.2 – Структура матричної моделі створення кластеру

Першочерговим завданням є виявлення пріоритетних напрямків розвитку за кожним видом туризму. На другому етапі є власне віднесення кожного аттрактору до відповідальності локального, регіонального чи транскордонного кластеру, при цьому рівні їх значимості не обов'язково розподіляться за зазначеними рівнями.

Наступним етапом є підписання договорів співробітництва, інвестицій та підтримки (на рівні галузі, міста, регіону, держави та міждержавних відносин) з інноваційно-освітніми закладами, підприємствами учасниками реалізації туристських продуктів та послуг та регламентація даних відносин координаційно-управлінською структурою. В обов'язки останньої входить також створення іміджу території. За

результатами планується розрахунок можливого ефекту від створення.

Ідентифікація туристського кластеру (ресурси, структура, кордони, вид) необхідна в процесі його формування, розвитку та подальшого удосконалення. Для оцінки можливостей формування туристського кластеру в межах окремої території чи регіону необхідно структурувати його елементи і детермінанти за групами (за матеріалами [1]) (рис.3).

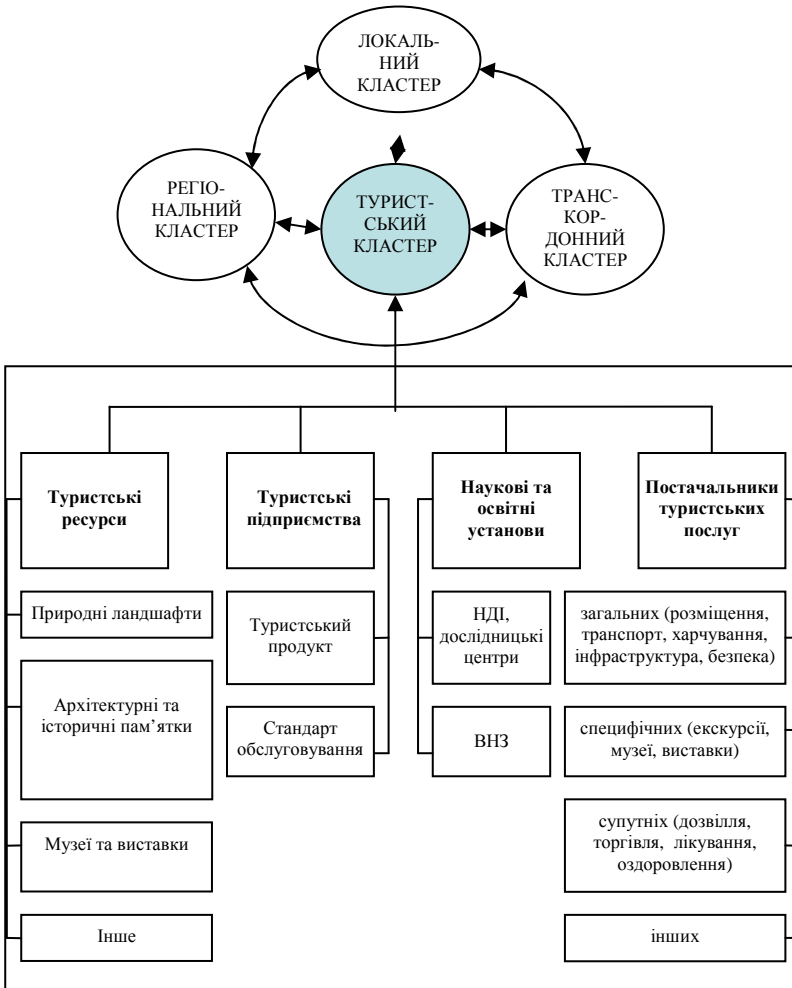


Рис.3 – Формування туристського кластеру

Одним із основних завдань при формуванні стратегії на основі кластерної моделі є формування пріоритетів інвестування. Для цього пропонується використовувати схему формування пріоритетів при виборі інвестування всередині туристського кластеру (рис.4).

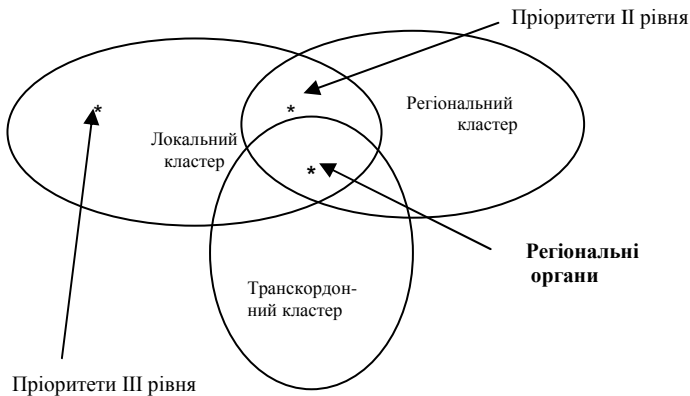


Рис.4 – Формування туристського кластеру

Всі пріоритети пропонується розподілити на три рівні, при цьому пріоритети першого рівня будуть охоплювати ті об'єкти, які торкаються інтересів одночасно всіх кластерних утворень (локальних, регіональних та транскордонних), пріоритети другого рівня знаходяться на перетині інтересів (локальні-регіональні; регіональні-транскордонні; транскордонні-локальні), а пріоритети третього рівня відносяться лише до інтересів кожного окремого утворення.

Таким чином, в Україні на сьогоднішній день немає ефективно діючих туристських кластерів, однак передумови для їх створення існують. Україна – держава, яка має багатий туристсько-рекреаційний потенціал: по всій території країни значаться самотні пам'ятки культури та архітектури, природні заповідні об'єкти, однак більша частина з них знаходиться в занедбаному стані. Отже, одним із завдань держави має стати створення механізмів розвитку пріоритетних напрямків (яким є туризм і власне створення туристських кластерів) за допомогою нових важелів регулювання, якими може стати модель створення та управління локальними, регіональними та транскордонними кластерами.

1.Александрова А.Ю. Устойчивое развитие туризма: теоретические подходы к исследованию / А. Ю. Александрова // Материалы II междунар. науч.-практ. конф. «Устойчивое развитие туризма: опыт и инновации». – Улан-Удэ, 2007. – С.38-45.

2.Горлачук В.В. Кластерная модель развития туризма в мисті. Електронний ресурс.

Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Npchdu/Economy/2009_96/96-14.pdf.

3.Кальченко О.М. Кластеризація в туристичній галузі. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vcndtu/Ekon/2009_39/22.htm.

4.Петрова Н.Б. Обґрунтування необхідності системного розвитку туризму в місті шляхом створення системи збалансованих показників. Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи / За заг. ред. І.М.Писаревського; Харків. нац. акад. міськ. госп-ва. – Харків: ХНАМГ, 2011. – 284 с.

5.Писаревський І.М. Кластерні об'єднання як ефективний шлях розвитку туризму в місті (світовий досвід). Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи / За заг. ред. І.М. Писаревського; Харків. нац. акад. міськ. госп-ва. – Харків: ХНАМГ, 2011. – 284 с.

6.Пойтченко К.А. Кластери як фактор структуризації економіки // Стратегія економічного розвитку України. Вип.7. – К.: КНЕУ, 2001. – С.623-628.

7.Портер М. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.

8.Тищенко А.Н., Петрова Н.Б. Особенности формирования туристского кластера. Социально-экономическое развитие Украины и её регионов: проблемы науки и практики. – Харьков: ИД «Инжэк», 2010. – 323 с.

9.Chandler, Alfred D. Jr., The Essential Alfred Chandler: Essays Toward a Historical Theory of Big Business, Harvard Business School Press, 1988. – 485 p.

Отримано 24.02.2011

УДК 334

С.А.АЛЕКСАНДРОВА

Харківська національна академія міського господарства

АУТСОРСИНГ: ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ

Розглядається сутність аутсорсингу, його форми, переваги та недоліки впровадження, перспективи розвитку на підприємствах туристської індустрії.

Рассматривается сущность аутсорсинга, его формы, преимущества и недостатки внедрения, перспективы развития на предприятиях туристской индустрии.

The essence of outsourcing, its form, advantage and lacks of introduction, development prospect at the enterprises of the tourist industry is considered.

Ключові слова: аутсорсинг, форми аутсорсингу, туристська індустрія.

В умовах глобалізації економіки, зростаючої конкуренції досягають успіху лише ті підприємства, які ведуть бізнес найбільш ефективно, знижуючи витрати, але при цьому зберігаючи високу якість товарів, послуг.

Інсорсингові (замкнуті) підприємства, як правило, є економічно не вигідними, адже вони переповнені складними бізнес-системами, якими важко керувати [3]. Особливо це стосується специфічного туристського бізнесу, що характеризується широким колом вимог та потреб споживачів.